

Espera mañana el especial Colombia 2020

El proyecto periodístico y pedagógico, para construir el país que queremos vivir.



EL ESPECTADOR



Política



Marta Lucía Ramírez. / Gustavo Torrijos



Claudia López. / Gustavo Torrijos



Clara López. / Óscar Pérez



Paloma Valencia. / Gustavo Torrijos

Debate sobre el papel de los medios de comunicación

Las precandidatas se cuentan diferente, revela investigadora

Revisión del rol de la mujer con miras a las elecciones presidenciales de 2018 con base en diálogo con la autora del libro "Las mujeres y el poder político: una investidura incompleta".

SANDRA SÁNCHEZ LÓPEZ*
ESPECIAL PARA EL ESPECTADOR

Las elecciones presidenciales están a seis meses. El periodismo se pronuncia mucho sobre unos precandidatos y muy poco sobre otros. En esta entrevista, Angélica Bernal Olarte, profesora de la Universidad Jorge Tadeo Lozano y autora de *Las mujeres y el poder político: una investidura incompleta* -publicado este año por la Tadeo en asociación con la Universidad Nacional-, explica cómo y por qué el cubrimiento de las precandidatas es pobre y de qué manera éste reitera unas viejas pautas mediáticas, cuando de mujeres en política se trata. Repasa, además, cómo leer en clave de género lo que los medios circularán de aquí en

adelante para exigirles una información más completa de cara a las elecciones.

¿Cómo están cubriendo los medios a las precandidatas presidenciales?

Lo más destacado es la ausencia de un registro noticioso y a fondo de lo que las precandidatas están haciendo en sus procesos, bien sea en términos de recolección de firmas, de reuniones o de recorridos regionales en los que se han embarcado. Sus equipos de prensa logran poner algo en la agenda pública, pero la gran prensa hace poco por visibilizarlas. Ese es el caso de Clara López, Marta Lucía Ramírez y Piedad Córdoba, si hablamos de mujeres de larga trayectoria política. Sus actos de campaña pasan por lo general desapercibidos.

Algo similar sucede con las precandidatas del Centro Democrático, María del Rosario Guerra y Paloma Valencia. Hay un despliegue insignificante sobre su actividad para las presidenciales. Valencia, sobre todo, es un buen ejemplo aquí. Si bien su capital político era escaso, éste ha venido creciendo estando detrás de Uribe, pero miembros hombres del Centro Democrático, nuevos en la política, sin experiencia, han tenido más prensa que ella.

De la mano de la ausencia de registro noticioso para algunas precandidatas, también se destaca otro aspecto del cubrimiento: la sobreexposición de algunas de ellas. Ese es el caso de Claudia López, quien sí está recurrentemente en los medios. Sin embargo, su aparición mediática se centra prioritariamente en su imagen de congresista y en su vocería del tema de la corrupción. Al igual que con las otras, es poco lo que se informa, en detalle, sobre su campaña presidencial.

Usted afirma que existe un sesgo de género evidente en la producción de noticias y sugiere que las mujeres son excluidas y los hombres mucho menos, si acaso. ¿Cómo se exhibe el sesgo de género en los medios?

Primero, es importante entender que el elemento de género ayuda a explicar mucho de las desigualdades, pero es un elemento que debe verse en relación con otros como el privilegio de clase, por ejemplo. Segundo, el tema de género no es un asunto general, aplicable a todas las mujeres por igual. Eso simplifica demasiado. Por eso es fundamental revisar caso por caso para revelar un sesgo de género particular. Por ejemplo, Clara López viene siendo borrada del relato periodístico de las elecciones. Eso, a pesar de que en septiembre pasado se ubicó en el tercer lugar de una de las encuestas de intención de voto en el país y de que hace menos de dos semanas la encuesta Gallup reportó que sigue ocupando un lugar prominente dentro de las op-

ciones de voto de los colombianos. Un lugar de estos no es nada despreciable, pero en su caso no se cubre, solo se menciona. Los medios son presa de la espectacularización, pues le apuestan a mostrar lo que predican que hará mayor ruido. Eso es algo que hacen frente a mujeres y hombres por igual, claro. Pero para comprender ese recurso mediático del espectáculo político en relación al asunto de género es clave observar cómo los medios naturalizan de manera exagerada el poder de los hombres. Aunque Clara López sacó una importante votación la última vez que participó en elecciones presidenciales y se demostró la victoria de su propia maquinaria política y familiar, en medio de un respaldo caótico, desordenado del Polo, y aunque ella mantuvo a flote a Bogotá luego del naufragio que significó para la capital la administración de Samuel Moreno, hoy los medios la ignoran porque una mujer representa una amenaza menor para un poder masculino que se acepta como la norma. La estatura política de López es alta, pero para el relato periodístico difícil sería que ella debilitara a un Vargas Lleras. El silencio de los medios recrudescer esa visión de López.

A Marta Lucía Ramírez también la vienen borrando del relato noticioso. Lo que le dio prensa recientemente fue el robo de su casa, cosa irrelevante frente al tema electoral. Como Clara López, Ramírez tiene una trayectoria no menor en política. Con ella, sin em-

“Es importante entender que el elemento de género ayuda a explicar mucho de las desigualdades, pero debe verse en relación con otros como el privilegio de clase”.

“Dejen de lado las referencias obvias sobre la esencia femenina y sus formas corporales. Segundo, que se cuente, entonces, lo puramente pertinente a su política, sin el anecdotario de página social”.

Angélica Bernal Olarte, profesora de la Universidad Jorge Tadeo Lozano.



María del Rosario Guerra. / Gustavo Torrijos



Piedad Córdoba. / Gustavo Torrijos

bargo, se corre el riesgo de que suceda lo que pasó con Cecilia López, una de las mujeres en política que más se cubrió en su momento. Economista destacada y sobre todo reconocida en el ámbito internacional, López quedó en el ostracismo cuando el Partido Liberal le dio paso a los llamados ahora delfines, a pesar de tener un perfil entonces presidenciable. Los medios hicieron eco del poder de los hombres herederos de los apellidos políticos tradicionales y Cecilia López desapareció de la noticia.

¿Se repiten fórmulas y recursos de representación de las precandidatas en los medios que usted haya antes encontrado en el tratamiento periodístico de mujeres en política?

Por supuesto. Primero, la caricaturización, y eso es algo que comienza incluso con el hábito de titular las notas sobre las precandidatas con sus nombres de pila. Eso pasó con Piedad Córdoba sistemáticamente entre 2000 y 2012 y continúa sucediendo hoy. Los datos expuestos en Las mujeres y el poder político muestran que en el 80% de las notas dedicadas a Córdoba se titulaba con su primer nombre o referencias a su físico para resaltar virtudes y defectos por igual: tanto cuando estando en la presidencia del Partido Liberal y unió a la colectividad para hacer oposición a Uribe y los medios la dibujaban como una política hábil como cuando la acusaron de traidora de la patria y los mismos medios replicaban los reclamos de juicio por haber hablado mal del país afuera. Antes era “La negra tiene tumbao”. Ahora es “La soledad de Piedad”.

Con el cubrimiento de Claudia López se encuentra también un patrón recurrente que ya antes había observado en la narración periodística sobre mujeres en política: es el reino de los estereotipos y los prejuicios. Los medios se han cuidado mucho de ser quienes directamente sostienen que

López es maleducada, gritona y conflictiva, pero sí cubren repetidamente a quienes lo dicen. Es decir, reproducen el lugar común, además, reafirmando lo que las feministas reconocemos hace rato: las acciones de las mujeres son reducidas a las formas del cuerpo y, así, el contenido de sus intervenciones termina por ignorarse con demasiada frecuencia.

¿Cómo leer la información sobre las precandidatas en clave de género?

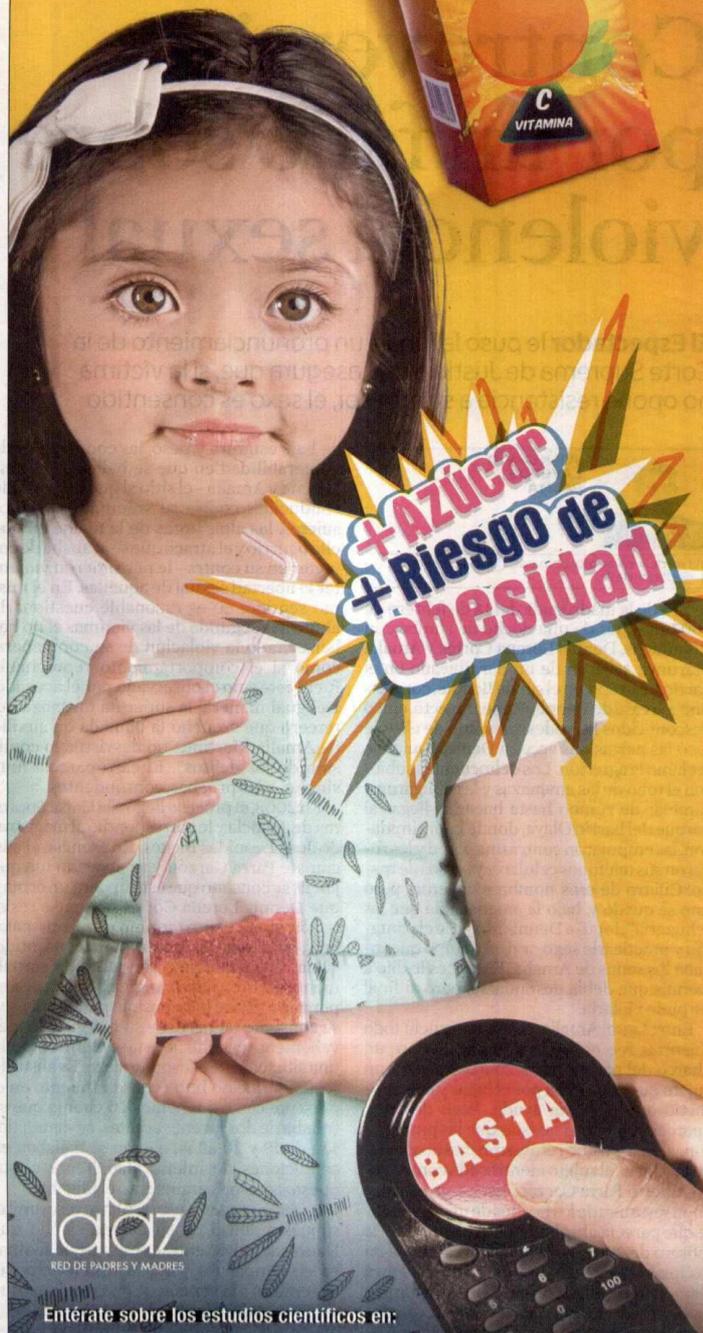
Creo que hay que cuestionar por lo menos tres cosas. Uno, la noticia que arranca con afirmaciones sobre la experiencia privada y los atributos físicos de las mujeres y que, en ese sentido, trivializa su acción política. Dos, la nota que homogeneiza a las precandidatas sin importar su partido, sus trayectorias, sus actividades, para presentarlas como parte de un colectivo plano, sin diferencias que, además, sugiere que mujeres que están en las antipodas ideológicas son esencialmente mujeres y nada más. Tres, el relato que vuelve excepcional la actividad política de las mujeres cuando insiste en que “es la primera vez que...” o “es la única que...”

¿Qué le propone usted a los medios para su cubrimiento de precandidatas?

Mucho, pero tengo por lo menos tres sugerencias. Primero, que en favor de su propia lógica de la economía de las palabras y de la simplicidad para un público masivo, dejen de lado las referencias obvias sobre la esencia femenina y sus formas corporales. Segundo, que se cuente, entonces, lo puramente pertinente a su política, sin el anecdotario de página social. Tercero, que se presenten en sus diferencias y complejidades. ▀

*Historiadora y analista de medios. Profesora Asistente, Ceper, Facultad de Artes y Humanidades Universidad de los Andes.

ESTO ES LO QUE LA PUBLICIDAD NO TE CUENTA.



popalaz
RED DE PADRES Y MADRES

Entérate sobre los estudios científicos en:

www.nocomasmasmentiras.org

*Basada en directrices técnicas de la OPS (2016) y OMS (2016)